

令和３年度第２回大阪府市都市魅力戦略推進会議（議事メモ）

日時：令和４年２月２２日（火曜日）１３時～１４時３０分

場所：大阪府咲洲庁舎 ５０Ｆ 迎賓会議室

出席委員：池田委員、伊藤委員、佐藤委員、澤田委員、清水委員、橋爪委員、溝畑委員

（５０ 音順）

〔開会・出席者紹介〕

〔大阪都市魅力創造戦略 ２０２５ の進捗管理について〕

○資料 １ ～ ５ により事務局から説明

○委員意見

■池田委員

２月 １８ 日、文部科学大臣より、外国人留学生の入国者上限を ３,５００ 人から ５,０００ 人に引き上げるという発表があったが、３ヶ月未満の短期の留学生に対しては該当しないなど、現実のところはまだばらばらとしか入って来られないという状況が続くと考えている。教育関係者はメディアや省庁へ声を上げているということを伝えておきたい。

また、日本から海外への留学においても、阻害要因になる部分がまだまだ大きい。多くの海外大学において受験が必須となっている、学生支援機構が年に ２ 回行っている Ｅ Ｊ Ｕ （日本留学試験）がコロナの影響により、中止となっている。

オーストラリアなど先進国の入国緩和の動きが非常に目立ち、日本が、どうしても比較対象に挙げられている。この状態が長く続けば外国人に親切ではないという印象が付き、イベントモデル等に影響してくるのではないかなというところは、不安を持っており、何かできないかと考えている。

一方で、海外からの日本国内のキャリアへの関心は非常にまだ高い。

例えば、経産省では、３ 億円規模で ２００ 名のインターンシップの補助を行う「国際化促進インターンシップ事業」を行っているが、海外から １,６００ 名以上の学生が応募してくる。今はオンラインだが、オンライン前は何千人という応募が海外からあった。

この印象が変わらないようにテコ入れをしていく必要があるのではないかな。これは国の問題でもあるが、大阪府としては、受け入れに積極的であることと、受け入れ体制があることを発信していくことが非常に大事。

■伊藤委員

（自身が）策定委員として関わった第 ３ 次大阪府スポーツ推進計画についてご紹介させていただきたい。

今回「スポーツ楽創都市・大阪」というようなスポーツ像を掲げ、「人がスポーツを楽しむ姿は、万博のテーマがうたっている、『いのちの輝き』そのもの」ということで、大阪でのスポーツは楽しいんだというイメージを持っていただくというようなことを掲げた。こちらにも観光や食などの大阪全体の都市魅力が反映されている

というような形になっている。

計画には、二つの柱がある。

一つの柱が「誰もが地域で楽しむスポーツ・健康づくり」。これは従来のスポーツ推進計画を踏襲しており、スポーツを推進していきましょうというような内容。

今回の大きな新しい取り組みというのが二つ目の柱で「成長するスポーツで楽しいまちづくり」。スポーツを通したまちづくりを、大阪府でどんどん進めていこうと。そちらが都市魅力戦略の案とも関連してくる。

二つ目の柱の取り組みについて紹介する。

一つ目が「様々な形のスポーツツーリズムの推進」ということで、イベントだけではなくて、文化資源を使ったスポーツツーリズムなど、包括的にいろいろ進めていきましょうというようなところ。また、脱炭素社会に向けての大阪府での取り組みについても盛り込む。まだスポーツ庁も気候変動に対して取り組み指針を出していないが、大阪府での取り組みをアピールしていく。

二つ目が「スポーツコミッションによる活力あるまちづくりの推進」。こちらもちまちづくりというようなところがキーワード。大阪のプロスポーツチームとの連携を生かして、スポーツツーリズムやまちづくりの推進をしていくことが目的になっている。

三つ目が「産業連携・技術活用による成長するスポーツづくり」。スポーツを使って、地域とともに、地域を成長させる、また逆に、その地域の魅力、技術、技術活用、技術革新などを使ってスポーツを成長させるといった、スポーツと産業が win-win の関係になるように進めるというようなこと。こちらは一つ大きな、面白いトピックになるのではないかな。

四つ目の「人とまちを活性化するスポーツイベントの展開」ではスポーツイベントが都市のブランディングを高めるというところも研究で言われており、推進していければと考えている。

都市魅力と同様に、計画の進捗管理で、K P I というような具体的な数値を求めずに参考指標というものを追いかけていき、コロナの状況を踏まえながら、適宜見直しを行っていく。

最後にもう 1 点、北京オリンピックで活躍した大阪出身のアスリートを生かして、大阪のウィンタースポーツというものを活性化させていければと思っている。大阪出身の選手が 4 名いて、特にアイスホッケーで山下姉妹という選手の方がいらっしゃる。

泉佐野で関空アイスアリーナがオープンし、スケートリンクを核としたまちづくりというようなことが目標になっている。北京オリンピックが盛り上がり、大阪にゆかりのある女子ホッケー選手もいらっしゃるということで、何かしらスポーツ資源とか人材を生かして、スポーツをとおしたまちづくりをもう少し、進めていければいいのではないかな。

■澤田委員

丸 2 年を超えたコロナ禍で、飲食業者が受けたダメージが非常に大きい。飲食事業者の心が折れないようにするよう、そういう施策が必要ではないかな。

飲食業の人材について、緊急事態宣言の発出により店を休むと、例えば学生やパート・アルバイトの雇用は一旦打ち止めをされ、戻ってこなくなっている。或いは先輩後輩でバイトを紹介していたネットワークが

切れてしまうことなど、様々な問題が起こっている。今まで飲食業を支えていた外国人が入ってこない現状から、人材が戻ってくる、或いはお客様が戻ってくるサポートが必要ではないか。本来食は楽しいものだ。楽しいものを提供する人たちが楽しくならないと、産業・文化にならない。食文化を守っていく、或いは食文化を振興していくということを、大阪の都市魅力と一体になってやっていくべきではないかと思う。

食をテクノロジーで、社会課題を解決する「フードテック」というジャンルがある。昨今は、例えば、人口増加に備えた代替肉の開発など、社会課題の解決のためにテクノロジーを使おうというような流れが主流になってきている。

万博のいろんなテーマや社会課題もある。大阪人の特性もあるので、そういった未来の食、楽しい食、こういったものを分けながら或いは融合しながら、大阪人らしく前向きに何か取り上げていくようなことが、この大阪の都市から始めていくというような運動を真剣に考えていかないと、食文化が楽しくなくなっていく。生存するために食べるエサではなく、食と食文化として、やっぱりやっていくべきというようなことを思っている。

もう一点、商業施設について。最近は商業施設が集客施設、オフィスと融合してきている。仕事をする場所、ご飯を食べる場所、物を考える場所、人と繋がる場所がボーダレスになってきている。そういう考えから面白いことができるのではないか。

最後に、リアルなスペースで芽が出てきているのが、ジェンダーインクルーシブやアンチエイジング。

最近では、Z世代を中心とした男性向け化粧品、サウナ、メディテーション、瞑想が非常にブーム。

今後、医療やオフィスとか商業というのが、渾然一体になってきて、どこが入口かわからないけど出口はどこにある。

そんなことを踏まえつつ、少し先のことを今、考えていかないと大変なことになるのではないか。この大阪の都市から、そういったことを発信できたらと思っている。

■ 清水委員

観光事業者は厳しい状態が続いていて、人材流出が止まらない。

コロナの中で観光を再開している国もいろいろあり、タイはウイズコロナの中でも一部の地域だけ受け入れられていた。池田委員からも話があったオーストラリアにおいても、他の国と比べてかなり規制が厳しかったが、もう全面再開をした。今何もできないのではなく、日本、そして大阪は現状で何ができるかを今一度考え、しっかりと発信していくことが大事ではないか。

現状では国内がターゲットとなるが、ウイズコロナそしてアフターコロナを見据えて、都市魅力創造戦略が掲げている府域周遊の促進を考えていくうえで、大阪市内以外のエリアで、どんな観光資源があり、どういう形で活用できるのかを再検討すべきではないか。

そのひとつにエコツーリズムを挙げたい。自然を活用するエコツーリズムは何も特別な形式のツーリズムではない。エコツーリズムは自然を楽しむだけではなく、地域の歴史や文化を尊重し、そういった地域の資源を保全しながら活用する観光である。そこに地域住民が参画し、地域への経済的、社会的な恩恵がもたらされることが重要であるという考え方である。大阪には箕面や金剛などの国定公園やその他自然を楽しめる公園があり、そこには地域固有の歴史・文化も存在する。コロナ禍における観光のひとつの選択肢になりえると思う。

コロナ禍で生まれたマイクロツーリズム、オンラインツアーは多くの都市や地域で取り組まれているが、大阪に関しては事例は少ない。さまざまな観光資源がある大阪を、このコロナ禍にそういったツールを使いもつと発信すべきである。

観光客の受け入れ体制に関しては、主に宿泊税を上手く充当し環境整備を充実させてきているが、今後は現在実証実験が行われているM a a Sをもう少し応用して活用できないだろうか。さまざまな観光関連施設や食事の予約なども含めた技術開発など、もう少し力を入れていただければと思う。

もう一つ大事なのが発信である。大阪観光局だけが発信者となるのでは情報収集などの負担もあるが、市町村や民間企業なども、観光局の公式のS N Sを使って発信できるようなことができないだろうか。

今年の大阪マラソンで一般ランナーの参加が中止となったが、イベント等に参加できなくなった人、できない人のことをどう考えるかということも重要である。たとえばデジタル技術を使い、オンラインで違った形の参加や応援をして楽しんでもらえるような工夫もできたのではないか。コロナ禍でイベントが中止に追い込まれる中、そのような技術を活用しどのように参加して楽しんでもらうかを考えたい。

デジタル技術の活用に関しては、イベント等のボランティアについても、現地のボランティア、そしてオンラインで繋がるボランティアのような考え方もあるのでは。事業者の公募のときに、ボランティアについても考えていただけるような事業者を募集することで、この都市魅力創造戦略の基本的な考え方「多様な主体が連携し大阪全体を活性化」に繋がると考える。

■佐藤会長

大阪マラソンで一般ランナーの参加を取りやめた代わりに、何かやっているのか。

■大阪府 木村スポーツ振興課長

大阪マラソンで現在決まりましたのは、一般ランナーの参加が取りやめになったこと、それ以外のことにつきましては現在検討中。今のところはエリートランナーと言われる 300 名ほどの方の、競技性の強いマラソンを 27 日に開催する。

■佐藤会長

泉州マラソンは、今年はまた中止になったが、オンライン上で自分が走るような形をとっている。今後は、単にマラソンする人だけじゃなく、来れなかった人も参加できるとか、新しい観光、次の呼び水にもなるというような考え方も必要かもしれない。

■橋爪委員

先週ドバイ万博を 8 日間ほど視察してきた。ドバイは日本よりもはるかに規制が緩く、感染者数も少ないという状況。世界の国々は、海外から多くの人を受け入れる方向に大きく舵を切っているように感じる。日本でも、この春から夏にかけて急に規制が緩くなることを想定し、戦略を進めていくべき。

関連して、何点か申し上げたい。

一点目としては、急遽、規制が緩和するという可能性も含めて、2022 年度の施策に関しては、代替と

なる複数の案を持っていて、状況が変われば緊急の施策を柔軟に打てるようにしておくべき。

二点目としては、K P I だけではなくて、各施策の評価が重要であろうと考える。施策を継続することに意味があるのではなく、効果があれば継続すればよい。都市魅力創造の分野においては、3 か年の事業、5 か年の事業、或いは長年継続する事業というものをあらかじめ決めて、達成したら次のフェーズに切り換えていくというような視点が重要だと思う。短期間の施策を重ねていながら、次の段階に入っていくというような発想が必要だろう。

三点目としては、今回の戦略で抜けているのが広域連携の視点。今後、兵庫県と大阪府でベイエリアの事業など連携するという議論が始まる。2025 年までの計画の途中段階で広域連携、特に兵庫県などとの連携強化が必要。また文化庁が京都に移るので、関西全体で文化に関する施策等々を考えていくことが必要。そういった施策は広域連合で議論すべきだという意見もあると思うが、都市魅力創造戦略にフィードバックされ、広域と大阪府下双方の事業が、一連の関連事業であるというようなことを認識していただけると良いと思う。

今回、ドバイ万博では、すべてのパビリオンが英語で、アラビア語の方がサブになっていた。オミクロン株の感染拡大で世界が閉まっていると思っていたが、ドバイ万博は国際的な催事で楽しい雰囲気であった。アスタナ万博では、カザフスタン語とロシア語がメインで、韓国の麗水万博はほとんどハングルの説明で、いずれも英語があまり使われておらず、使用言語にあっても閉じられた万博であると感じた。

大阪・関西万博を迎えて、我々は従来通り、日本語でサブが英語のような感じになると思うが、国際都市としては果たして十分なのか。従来日本は観光に特化するなかで、中国・韓国を特に意識した国際化を進めてきたが、それで良いのか。今後、大阪・関西では、どういう国々と関係を深め、投資や観光客を多く受け入れていくのか、戦略を持って 2025（万博）を迎えることができればと考える。

私は行政の施策の大事なところは、事業の前後で、地域の状況が変わるところだと考えている。町全体や人々の考え方や仕組みを変革したり、より良くするように、重点的な施策を打つというのが私の理解である。是非、今回の会議で紹介のあった一連の施策を打つことによって、我々の意識、特に地域の国際化に関する意識が万博の前後で変わるのかどうか。当面、国内からの観光客誘致というのは当然ではあるが、いずれ世界から観光客がまた大阪を訪問、海外の若者が大阪に憧れ仕事を求めて来阪するという状況になる。私は大阪が真に国際化を進めていくプロセスの中で、この戦略があり、万博を迎えるということをもう一度強調させていただければと思う。

■溝畑委員

半年先を見据えて準備していかないと間に合わない。今後進めていくべきことについて 5 点申し上げる。

一点目は国際情勢を見ること。各省庁では、世界の国際競争の中での日本の立ち位置を意識している。

インバウンドについては、昨年、観光庁で 11、12 月に実証実験を行う予定であったが、コロナの感染拡大により延期になった。今、私どもは、観光庁に早くこの実証実験を実施して欲しいということを言っているところ。

国内観光については、3月に選抜高校野球、大相撲、プロ野球が開幕するということで、3月4月が一つ大きな潮目になることは間違いない。私どもは4月にターゲットを絞っている。

広域的な展開として、東京観光財団と業務提携した、東京でのプロモーションや、九州、瀬戸内など色んなエリアで万博のPRも兼ねて発信することを考えている。

今年は、反転攻勢のホップ、ステップ、ジャンプのホップの年。一緒に戦っている事業者へ、目標を持って頑張ろうと一生懸命鼓舞している。ただし、感染状況により、機動的、弾力的に、組み上げていくという事が大切ではないか。

二点目が、労働生産性、賃金を上げていくこと。日本経済が極めて労働生産性が低く、OECDのほとんど下位の方であるということを危惧している。特に都市魅力を支える飲食業は労働時間が長く、賃金に至ってはこの20年間ほとんど増えていない。頑張って働いても給料が上がらないと人材が集まらない。このアフターコロナの中で重要になってくるのは、量から質への転換というところ。

企業へ支援を行い、企業の新陳代謝を促していかないと、いつまでたっても企業の賃金が上がらない状態。この状態が続く限り、いくら一時的なインバウンドが来たとしても、優秀な人材が定着しない問題があると思う。

そういう中で留学生なども含めて、大阪におられる大阪を愛する人からSNSを通して、大阪の魅力を発信していくことで、できる限り多くの大阪を愛する人たちを取り込んでいきたいと考えている。

三点目が、万博を開催する都市である以上、SDGsを極めていくという事がいろんな分野で必要ではないか。特に去年ぐらいからLGBTQや、留学生、高齢者、障がい者の観光の受入れに力を入れている。将来的には、発達障がいや認知症の方や、ペットの受入れが必要になってくることが予想される。

四点目が、いわゆる休暇分散と、平日需要の拡大。夏休みをちょっとずらしたり、平日の休みを励行していくこととか、行政、民間、学校が一緒になって観光需要を分散していこうと。大阪で意欲的に取り組んでもいいのかなというふうに思っている。

五点目、スポーツ、文化、エンターテインメント、食を、もっともっと掘り下げていくこと。健康とか美容とかコミュニケーション、ビジネス、ツーリズム、MICE、食、いろんなところでスポーツは垣根が低いので、スポーツ、文化、エンターテインメントをもっと発信をしてもいいのかなと感じている。

最後に各プロジェクトについて、誰かスポークスマンを決めて、月毎に動画でもいいので、YouTubeやSNSなどで発信が出来れば、ものすごくインパクトがあり、ファンは増えるのではないかな。都市魅力戦略推進会議がもっと府民市民のものになるのかなと思いました。

■佐藤会長

コロナ禍で、飲食業界だけでなく、エンターテインメントも大変だった。今年もオミクロンでOSK（日本歌劇団）は3日しか公演が出来ず、夜のエンターテインメントもなかなかお客さんが来ない。夜も楽しめる街を目指すのであれば、広報は行政の力が必要なのではないか。

また、大阪、京都の観光地のホームページを比べてみると、大阪は質より量が重視されている。大阪はインフォメーションで、京都はナビになっており、情報が選ばれて掲載されている。京都では、お客さんのことを考えたページになっており、質という意味では京都が勝っている。今までの送り手側の発想の情報で発

信を変えていかないと、これからのお客様はなかなか来てくれないと思う。ここが次の時に大事な事になってくる。

コロナだけではなく、もっと大きな流れの中でそういうニーズになってくる。これからの観光を作る学生や、地域の人などを巻き込んで、観光を他人事でなく「自分ごと化」していかないと、次の観光世代が育っていかないのではないかな。